

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kentucky Fried Chicken Cabang Ahmad Yani Kota Padang dapat disimpulkan bahwa :

- 1). Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam aktifitas, minat dan opini yang bersangkutan. Artinya konsumen akan memilih sesuai dengan aktifitas, minat, dan pendapat akan makanan fast food itu sendiri. Hal ini berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh gaya hidup.
- 2). Citra merek merupakan persepsi tentang sebuah merek yang digambarkan melalui atribut produk, keuntungan konsumen dan kepribadian merek itu sendiri. Hasil penelitian menunjukkan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, artinya citra merek membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian karena konsumen melihat tingkat keberagaman menu, harga, akses transportasi, dan pelayanan yang di dapat. Semakin baik

citra suatu merek maka akan semakin banyak konsumen yang akan membeli produk yang ditawarkan. Produk yang tidak mempunyai citra yang baik dimata konsumen, akan kesulitan untuk menjual produknya kekonsumen atau akan kesulitan bersaing dipasar. Hal ini berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh Citra merek.

3). Berdasarkan hasil Uji f di dapat hasil bahwa variabel gaya hidup dan citra merek secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* cabang Ahmad Yani Kota Padang.

Keputusan pembelian konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* cabang Ahmad Yani Kota Padang cenderung dipengaruhi oleh gaya hidup. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi berganda dimana nilai koefisien gaya hidup adalah regresi tertinggi dibandingkan variabel lainnya

1.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Kentucky Fried Chicken* Cabang Ahmad Yani Kota Padang. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari gaya hidup dan citra merek mempunyai implikasi tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor yang paling banyak mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan adalah faktor pengenalan kebutuhan.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh *Kentucky Fried Chicken* antara lain:

1) *Kentucky Fried Chicken* harus memahami cara berpikir konsumen dan menganalisa faktor – faktor yang dipertimbangkan setiap konsumen untuk memilih suatu produk yang ingin atau dikonsumsi. Dalam hal ini baik produk beserta sarana dan prasarana pendukungnya. Gaya hidup masyarakat Indonesia yang mulai “kebarat-baratan” menjadikan fast food dapat bersaing cukup baik. Oleh karena itu, pihak *Kentucky Fried Chicken* khususnya Cabang Ahmad Yani harus terus mempertahankan kualitas dari atribut produknya baik rasa, aroma dan lain-lain agar produk yang dibuat sesuai dengan harapan konsumen.

2). Pihak manajemen *Kentucky Fried Chicken* sebaiknya melakukan tambahan menu menjadi lebih variatif. Selain itu manajemen *Kentucky Fried Chicken* jauh lebih aktif lagi memfokuskan ke konsumen grup (kelompok) karena nilai pembelian grup lebih banyak dibandingkan dengan konsumen individu. Konsumen grup yang dimaksud yaitu anggota keluarga dan komunitas – komunitas yang ada di Kota Padang.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan penelitian, dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dijadikan perbaikan pada penelitian mendatang. Adapun keterbatasan penelitian ini

1. Penyebaran dan pengambilan data melalui kuisioner mempunyai kelemahan yaitu teknik pengukuran variabel menggunakan skala pengukuran *likert*. Sehingga data yang diperoleh sangat tergantung dari pemahaman responden terhadap kalimat-kalimat dalam pernyataan.
2. Peneliti ini hanya mengambil sampel konsumen pada KFC Cabang Ahmad Yani di Jl. Pattimura No.23 Padang, akan lebih baik jika sampel penelitian berasal dari seluruh konsumen KFC yang tersebar di Kota Padang, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

1.4 Saran - Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden yang menilai KFC merupakan budaya modern mendapat penilaian kategori rendah, oleh karena itu KFC sebaiknya melakukan disverifikasi jenis makanan dengan menambah beberapa menu dan memperhatikan jumlah porsi sehingga menjadi lebih variatif. Selain itu tingkat pelayanan dan tingkat rekomendasi mendapat penilaian kategori rendah juga, artinya perusahaan KFC disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas kinerja karyawan, pelayanan dan atribut lainnya sehingga konsumen tidak beralih ke fast food lain dan merekomendasikannya.

2. untuk penelitian selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian, mengembangkan ruang lingkup, menambah jumlah responden dan juga menggunakan metode lain dalam meneliti sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.

